

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, dan *STORE*
***ATMOSPHERE* PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AREI**
ADVENTURE STORE SURABAYA 3
Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas Narotama Surabaya



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA
2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YANUAR BACHRUL AQSONY

NIM : 01213031

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Jurusan : MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, dan *STORE ATMOSPHERE* PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AREI ADVENTURE STORE SURABAYA 3

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 11 Januari 2020

Pembuat Pernyataan,



Yanuar Bachrul Aqsony

NIM. 01213031

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *BRAND IMAGE*, dan *STORE ATMOSPHERE*
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AREI ADVENTURE STORE SURABAYA 3**

DIAJUKAN OLEH:
Yanuar Bachrul Aqsony
NIM 01213031

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



(SANTIRIANINGRUM SOEBANDHI, SE., M.Com.)

TANGGAL.....18/2

20

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(AGUS SUKOCO, ST., MM.)

TANGGAL.....10
2/3

10

2/3

PRO PATRIA

SURABAYA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI SABTU, TANGGAL 18 JANUARI 2020

Judul Skripsi : Pengaruh *green marketing*, *brand image*, dan *store atmosphere*
pada keputusan pembelian di Arei Adventure Store Surabaya 3

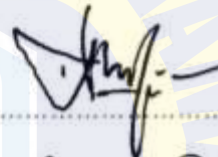
Disusun Oleh : Yanuar Bachrul Aqsony
NIM : 01213031
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

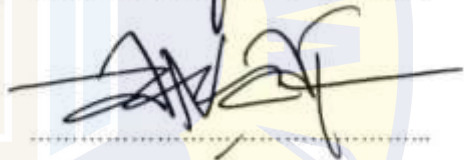
1. Sengguruh Nilowardhono, SE., MSi.



2. Joko Suyono, Ph. D



3. Ani Wulandari, SS. MM.



PRO PATRIA

SURABAYA

HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yanuar Bachrul Aqsony
NIM : 01213031
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right)

.....

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada Tanggal : 11 Januari 2020

Yang menyatakan

(Yanuar Bachrul Aqsony)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **PENGARUH GREEN MARKETING, BRAND IMAGE, dan STORE ATSMOSPHERE PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AREI ADVENTURE STORE SURABAYA 3.**

Proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tuju kepada :

1. Kedua orang tua saya Suprianto dan Khusniatin yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr. Ir. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST., MT., IPM. selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Ibu Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan: Andre, Dewi, Hajar, Gilda, Ulfa, Jeje, Rizal, Monica, Tommy, Khusni, Sigit, Falen, Rofik, Erika, Agung, Farid, Ridho, dll. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
8. Kedua adik saya tercinta Devianty Diaz Prihandini dan Yulisca Bilqis Salwatul 'Aisy yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Rekan kerja saya Bapak Bonie, Lely, Dina, Burhan, Lady, Tri, Hamim, Arga, Hariza, Tina, Dewi, Nabila, Ana dll yang selalu bisa memberikan dukungannya selama proses perkuliahan dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
10. Keluarga Bapak Slamet selaku pemilik kos yang selalu memberikan dukungan serta do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Yang tercinta Rheza Septiani Pratiwi dan keluarga yang selalu memberi semangat, motivasi, serta dukungan yang tiada henti demi terselesaikannya skripsi ini.
12. Teman-teman saya: Bunga, Ulfa, Rizky, Wilda yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
13. Warkop Salsa sebagai salah satu tempat ternyaman dalam proses penyusunan skripsi ini.
14. Sal Priadi yang sudah menciptakan lagu-lagu terbaiknya yang selalu mengiringi dalam proses penyusunan skripsi ini dan menjadikan saya lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.
Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 11 Januari 2020

Penulis



ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam suatu produk. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu dari kegiatan pemasaran hijau atau *green marketing*, *brand image*, serta *store atmosphere*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green marketing*, *brand image*, dan *store atmosphere* baik secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian di Arei Adventure Store Surabaya 3. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode penelitian menggunakan sampel acak sebanyak 101 orang. Metode analisis menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi 0.000 atau kurang dari 0,05 dan $F_{hitung} = 27,791$ sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,70. Dengan demikian $F_{hitung} 27,791 > F_{tabel} 2,70$. Namun secara parsial variabel *green marketing* tidak signifikan terhadap keputusan pembelian karena hasil pengujian menunjukkan nilai $t_{hitung} = 1,425 < t_{tabel} 1,98472$ dengan signifikansi $0,157 > 0,05$.

Kata kunci: *green marketing*, *brand image*, *store atmosphere*, *keputusan pembelian*



ABSTRACT

The purchase decision is one thing that is very important in a product. Many factors influence purchasing decisions, the extent to which green marketing or green marketing activities, brand image, and store atmosphere. The purpose of this study was to determine how the effect of green marketing, brand image, and store atmosphere both simultaneously and partially on purchasing decisions at Arei Adventure Store Surabaya 3. Data collection using a questionnaire. The research method uses a random sample of 101 people. The method of analysis uses SPSS 24. The results of this study indicate that the independent variables are carried out simultaneously on the selected variables. This is evidenced from the significance value of 0,000 or less than 0.05 and Fcount = 27.791 while the F value is obtained for 2.70. Therefore Fcount 27.791 > F table 2.70. But the partial variable green marketing is not significant to the purchase decision because the test results show the value of t count = 1.425 < t table 1.98472 with a significance of 0.157 > 0.05.

Keywords: *green marketing, brand image, store atmosphere, purchasing decisions*



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan	4
1.4. Manfaat	4
1.4.1. Manfaat bagi penulis	4
1.4.2. Manfaat Teoritis	5
1.4.3. Manfaat Bagi Akademis	5
1.5. Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Tinjauan Empiris	6
2.2. Tinjauan Teoritis	19
2.2.1. <i>Green Marketing</i>	19
2.2.2. <i>Brand Image</i>	20
2.2.3. <i>Store Atmosphere</i>	21
2.2.4. Keputusan Pembelian	25
2.3. Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1. Hubungan <i>Green Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian	26
2.3.2. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian	27
2.3.3. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4. Kerangka Berpikir	28
2.5. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Obyek Penelitian	29
3.2.1. Populasi	29

3.2.2.	Sampel	29
3.3	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data	30
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4	Operasional	30
3.4.1	Skala Pengukuran	32
3.5	Teknik Analisis Data	32
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.5.2	Analisis Data	33
3.5.3	Pengujian Hipotesis	34
BAB IV	PEMBAHASAN	36
4.1	Deskripsi Operasional	36
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
4.2	Deskripsi Data Hasil Penelitian	36
4.2.1	Deskripsi Responden	36
4.3	Hasil Penelitian	38
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.3.2	Regresi Linier Berganda	40
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	42
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	45
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
Lampiran 1	52
Lampiran 2	53
KUESIONER PENGARUH <i>GREEN MARKETING</i> , <i>BRAND IMAGE</i> , dan <i>STORE ATMOSPHERE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AREI ADVENTURE STORE SURABAYA 3	53
Lampiran 3	55
Lampiran 4	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Operasional Variable.....	31
Tabel 3.2 Bobot penilaian pada skala ordinal	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi.....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji T (Parsial)	41
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikoleniaritas	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Store Atmosphere Arei Adventure Store.....	3
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Normaltas.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45

